

УДК 338.24

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. А. ГАЛАНЧЕНКО

Научный руководитель Л. В. НАРКЕВИЧ, канд. экон. наук, доц.

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Сбытовая деятельность по реализации продукции является неотъемлемой частью коммерческой деятельности организации в условиях рыночных отношений. Конкурентоспособность организаций сегодня все больше зависит от успеха ее маркетинговой и сбытовой деятельности, которые ориентированы на установление взаимодействия организации с покупателями.

Среди прочих, отрасль легкой промышленности характеризуется высокой чувствительностью к изменениям внешней среды и жесткой конкуренцией. На белорусских предприятиях легкой промышленности в последние несколько лет наблюдается общая негативная тенденция сокращения объема производства и рентабельности продаж, увеличения запасов готовой продукции.

Объектом исследования данной работы является предприятие белорусской текстильной промышленности ОАО «Лента». Основными видами продукции предприятия являются текстильная галантерея, гардинные изделия, медицинские перевязочные материалы и комплекты штор. Структура сбыта предприятия по рынкам в 2020 г.: Республика Беларусь – 49 %; Российская Федерация – 46 %; Украина – 3 %; Казахстан – 1 %; другие страны – 1 %. В своей сбытовой стратегии предприятие делает упор на традиционный канал распределения напрямую покупателю и реализацию через торговые сети и фирменные магазины. Анализ финансово-экономических показателей предприятия показал сокращение выручки, объема экспорта, рост запасов готовой продукции, сокращение чистой прибыли. Сокращение последней происходит поступательно, в результате чего чистая прибыль снизилась с 1 826 тыс. р. в 2018 г. до 1 тыс. р. в 2020 г. Основными причинами снижения являются сокращение выручки и увеличение убытка от курсовых разниц. В качестве мер по повышению эффективности сбытовой деятельности предлагаются следующие мероприятия: развитие электронной коммерции, управление валютными рисками, управление дебиторской задолженностью. Развитие электронной коммерции позволит решить целый комплекс задач: повысить узнаваемость марки, увеличить продажи, наладить обратную связь с покупателями и оперативно реагировать на изменение их потребностей, увеличить оборачиваемость дебиторской задолженности. Управление курсовыми рисками на основе применения современных методик работы с курсовыми рисками и назначения центра ответственности по управлению валютными рискам позволит снизить влияние данного фактора на конечный результат работы предприятия. Управление дебиторской задолженностью с применением системы скидок позволит сократить срок оборачиваемости дебиторской задолженности, что позволит получить экономический эффект в размере 53,75 тыс. р.